

ABSTRACT

Development of understanding about masculinity is not fixed and constantly change, both in context of time and place. That condition is unapart from the influence of social condition especially from information media and communication. Understanding masculinity in this research departing from a social reality on the fitness center which in the rural area. A fitness centre which located in the rural area is not usual. Fitness centre is usually located in urban area, and be part of urban culture, now it available at Dukun village, Dukun district, Gresik city. There are some Man registered as permanent member on that fitness center. That social reality become an interesting thing to be known and more deeply to be understand what became the masculinity awareness of rural men in understanding body image and social response in rural men in the neighborhood of the fitness center. This research using interpretive paradigm with qualitative approach, deep interview as a data retrieval method. This research using phenomenology analisis from Edmund Husserl and Maurice Merleau Ponty as phenomenology research method.

Shaping an athletic body at the fitness center is an existence of rural men awareness of ceating body image that they consider as masculine. The awareness starting from a deliberate consisting of (1) the beginning of enjoy to do exercise thath crash with everyday activity; (2) healthyness that visible on visual look; (3) body image of ideal men from friends, family, and information media and communication, like : Google, Youtube, Instagram, Twitter. Body image of rural men come form their social interaction which arise from factors : (1) assessment of the familly and other people; (2) comparison with siblings and close friends; (3) role as a husband that need a sexual healtyness and role on his job that emphasize athletic body shape; (4) identification on favorite figure. A masculine body image with athletich body make rural men more easier to enter and accepted by their new environment and that make them have more friends, recognition and praise, more confident, easier to get love (girl friend), and looks good wearing any kind of fashion style. The awareness of rural men is directly proportional to the social response of the community around fitness center neighborhood which most consider that men with athletic body make men body image appears more masculine compared with men who did not have an athletic body.

Keyword: Masculinity, Body image, Rural men, Fitnes center

ABSTRAK

Perkembangan pemahaman mengenai maskulinitas tidak tetap dan selalu berubah baik dari konteks waktu dan tempat. Kondisi tersebut tidak terlepas dari pengaruh kondisi sosial khususnya media informasi dan komunikasi. Memahami maskulinitas dalam penelitian ini berangkat dari sebuah realitas sosial pada pusat kebugaran yang berdiri di area pedesaan. Berdirinya pusat kebugaran di area pedesaan merupakan hal yang tidak biasa. Pusat kebugaran yang biasanya berdiri di area perkotaan dan menjadi salah satu ciri dari budaya perkotaan kini ada di Desa Dukun Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik. Tidak sedikit laki-laki yang menjadi anggota tetap di pusat kebugaran tersebut. Realitas sosial tersebut menjadi sebuah hal yang menarik untuk dipahami lebih dalam apa yang menjadi kesadaran maskulinitas laki-laki pedesaan dalam memahami citra tubuh dan respon sosial pada laki-laki pedesaan di lingkungan sekitar pusat kebugaran. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif dengan pendekatan kualitatif, wawancara mendalam sebagai metode pengambilan data. Penelitian ini menggunakan metode penelitian fenomenologi dengan analisis fenomenologi Edmund Husserl dan Maurice Merleau Ponty.

Membentuk tubuh yang atletis di pusat kebugaran merupakan sebuah eksistensi dari kesadaran laki-laki pedesaan dalam menciptakan citra tubuh yang mereka anggap maskulin. Kesadaran laki-laki pedesaan berawal dari sebuah kesengajaan, yang terdiri dari (1) awal kesenangan terhadap olahraga yang berbenturan dengan kesibukan; (2) kesehatan yang nampak pada tampilan visual; (3) gambaran tubuh laki-laki ideal dari teman, keluarga dan media informasi dan komunikasi, seperti: Google, Youtube, Instagram, Twitter. Citra tubuh laki-laki pedesaan timbul melalui interaksi sosialnya, yang timbul oleh faktor: (1) penilaian dari keluarga dan orang lain; (2) perbandingan dengan saudara dan teman dekat; (3) peran sebagai suami yang membutuhkan kebugaran seksual dan peran pada pekerjaannya yang mementingkan bentuk tubuh yang atletis; (4) identifikasi pada sosok idola. Citra tubuh yang maskulin dengan memiliki tubuh yang atletis membuat laki-laki pedesaan semakin mudah masuk dan diterima pada lingkungan baru sehingga mendapatkan lebih banyak teman, pengakuan dan pujian, semakin percaya diri, mudah mendapatkan kekasih (perempuan), dan terlihat bagus memakai macam jenis baju. Kesadaran laki-laki pedesaan berbanding lurus dengan respon sosial masyarakat di lingkungan sekitar pusat kebugaran yang sebagian besar menganggap bahwa tubuh laki-laki yang atletis menciptakan citra tubuh laki-laki nampak lebih maskulin dibanding dengan laki-laki yang tidak memiliki tubuh yang atletis.

Kata Kunci: Maskulinitas, Citra tubuh, Laki-laki pedesaan, Pusat kebugaran